

Communiqué de presse

Hambourg, le 31 mars 2021

## **Commerce alimentaire en Europe : la croissance continue des chiffres d'affaires suscite l'intérêt des investisseurs immobiliers**

**Une nouvelle étude de marché menée par JLL et Union Investment met en lumière le développement soutenu du marché immobilier spécialisé dans le commerce alimentaire, dont la part de marché est passée, entre 2016 et 2020, de 6 à 22 % du volume global des investissements réalisés en immobilier commercial.**

Malgré les incertitudes économiques, le marché immobilier du commerce alimentaire continue de très bien se porter en Europe. La pandémie de Covid-19 a même créé de nouvelles opportunités de croissance qui suscitent l'intérêt des investisseurs. Selon *The European Grocery Real Estate Market*, une récente étude menée par JLL et Union Investment, le marché immobilier du commerce alimentaire a attiré pas moins de 6,7 milliards d'euros d'investissements en 2020, un élan qui devrait se poursuivre en 2021. D'après les conclusions de l'étude, ce segment était jusqu'à présent sous-représenté en Europe. Sur la période 2014-2020, en effet, le secteur du commerce alimentaire ne constituait en moyenne que 10 % des volumes investis dans l'immobilier commercial. Or, en 2020, il a représenté près de 37 % des investissements réalisés en immobilier commercial au sein de l'Union européenne (27 pays).

Pendant la pandémie, la croissance forte du commerce alimentaire a provoqué une compression continue des rendements initiaux nets des biens haut de gamme sur les marchés européens clés, témoignant ainsi d'un gain d'intérêt de la part des investisseurs. Bien que les conséquences à long terme de la pandémie restent encore difficiles à mesurer, ce rapport présente dès à présent les tendances du marché immobilier du commerce alimentaire :

- **Les taux de croissance, jusque-là élevés dans le commerce alimentaire en ligne, devraient se stabiliser après la pandémie.** De nombreux distributeurs ont tablé sur les deux canaux de vente : en ligne et en magasin. Sur le long terme, la vente en ligne

est moins attrayante, car les marges sont étroites. Les distributeurs continueront donc d'investir dans leurs magasins physiques, d'optimiser l'expérience client et, dans certains cas, d'utiliser leurs points de vente en tant que centres de distribution pour leur activité en ligne.

- **Les biens immobiliers voués au commerce alimentaire s'avèrent des investissements stables en immobilier commercial.** Le secteur alimentaire a récemment enregistré une bonne croissance, par rapport au secteur de la mode par exemple, et les gérants de commerces alimentaires sont considérés comme des locataires solvables. Les biens immobiliers du commerce alimentaire ont donc gagné en attrait pendant la pandémie. Le secteur a deux atouts pour séduire : d'une part, des revenus clés à long terme pour les investisseurs prudents, de l'autre, un potentiel de valeur ajoutée pour les biens assortis de baux de durées plus courtes et l'arrivée sur le marché de locaux plus anciens.
- **Les investisseurs s'intéressent de plus en plus aux supermarchés et aux biens immobiliers du commerce alimentaire.** Ces six dernières années, les investissements réalisés en Europe dans ce type de bien étaient relativement constants (à quelque 4,5 milliards d'euros par an). En 2020, ce volume a toutefois progressé de plus de 40 % par rapport à 2019, pour atteindre 6,7 milliards d'euros.
- **L'urbanisation ouvre de nouvelles opportunités de croissance d'activité aux commerces alimentaires bien desservis.** Malgré la pandémie, les populations continueront de s'installer dans les grandes villes, qui offrent de meilleures perspectives d'emploi, mais également pour des raisons sociales. En Europe, la population urbaine devrait progresser de 3,4 % d'ici 2035 (3,7 % au Royaume-Uni). Dans les agglomérations en plein essor, les commerces alimentaires bien desservis peuvent cibler de nouveaux clients et donc compenser les éventuelles difficultés conjoncturelles. En outre, les promoteurs misent de plus en plus sur la transformation de grands sites urbains individuels en pôles logistiques. D'après les prévisions, d'ici 2035, la population urbaine des principaux marchés alimentaires européens observera la croissance la plus forte en Suède (+14,7 %), aux Pays-Bas (+8,4) et en France (+8,3).
- **Les principaux moteurs de changement des comportements de consommation alimentaire seront le développement durable, les prix modérés et la qualité.** Pour le commerce alimentaire, la croissance du chiffre d'affaires est étroitement corrélée au pouvoir d'achat des consommateurs. L'évolution des habitudes de consommation nécessite un examen continu des stocks en magasin. Les préférences des consommateurs seront amenées à évoluer, en raison de l'évolution démographique, des nouveaux modèles de travail, des avancées technologiques et des préoccupations environnementales. Ces facteurs auront un impact considérable sur le rendement au mètre carré des différentes typologies de commerces alimentaires. Pour s'imposer, il faudra s'adapter à temps à l'évolution de ces comportements.

**Mike Bellhouse**, Director Retail Investment, International Capital Markets chez JLL : « *Les biens immobiliers dédiés au commerce alimentaire européen sont une valeur sûre pour les*

*stratégies d'investissement défensives sur le marché de l'immobilier commercial. Si l'on se réfère à l'évolution des prix, ce segment constitue depuis longtemps l'une des catégories les plus stables de l'immobilier d'entreprise en Europe. Malgré l'incertitude économique et la pression exercée par le commerce en ligne, les magasins alimentaires restent bien positionnés ; ils sont un maillon indispensable de la chaîne d'approvisionnement. En Europe, l'immobilier alimentaire conservera tout son attrait pour les investisseurs en quête de revenus plutôt sûrs et à long terme. »*

**Henrike Waldburg**, Director Investment Management Retail d'Union Investment : « *Malgré l'essor fulgurant du commerce en ligne, l'immobilier voué au commerce alimentaire restera indispensable pour les ventes, car il sert à la fois le commerce physique et le commerce en ligne. Si, ces derniers temps, de nombreux commerçants de denrées alimentaires ont fortement investi dans les canaux et les infrastructures en ligne, les villes en pleine croissance ont besoin de davantage de points de vente, ce qui devrait compenser le transfert des dépenses en immobilier d'entreprise. »*

**Pour en savoir plus :** <https://ui-link.de/groceryreport>

#### **Contacts :**

##### **Union Investment Real Estate GmbH**

Fabian Hellbusch  
Leiter Immobilien Marketing, Kommunikation  
Tel. + 49 40 / 34919-4160  
E-Mail : [fabian.hellbusch@union-investment.de](mailto:fabian.hellbusch@union-investment.de)  
Internet : [www.union-investment.de/realstate](http://www.union-investment.de/realstate)

##### **Service de presse • Union Investment Real Estate France**

Agence Treize Cent Treize  
Contacts : Alain N'Dong / Aurélie Caron / Nolwenn Champault  
Tél. : 01 53 17 97 13  
E-mail : [Presse\\_UnionInvestment@treizecenttreize.fr](mailto:Presse_UnionInvestment@treizecenttreize.fr)

##### **JLL**

Alex Park  
Tel. +44 2078524179  
E-Mail : [Alex.Park@eu.jll.com](mailto:Alex.Park@eu.jll.com)